

LAS CARAS VISIBLES DE UN MERCADO: DÍA Y NOCHE EN EL MERCADO NORTE

THE VISIBLE FACES OF A MARKET: DAY AND NIGHT AT THE MERCADO NORTE

Macarena Ortiz Narvaja

Filiación: FCC - UNC

MAIL: maqui.ortiz.nrvj@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6602-4847>

Resumen

El presente artículo de investigación busca rastrear qué pistas sobre cómo habitar la ciudad podemos encontrar en las representaciones creadas desde y sobre el Mercado Norte, y con este fin, se parte de un trabajo final de grado y algunas conclusiones posteriores sobre las diversas experiencias concentradas en un punto histórico de la ciudad de Córdoba: el Mercado Norte.

Este Mercado fue inaugurado en un contexto de grandes transformaciones en las urbes latinoamericanas, a principios del siglo XX, bajo la gran ola del *progreso*. En la actualidad, el Mercado constituye un punto de referencia en la trama de la ciudad, es el centro de una de las “Grandes Manzanas”, y es un espacio que concentra diversas actividades comerciales, sociales y culturales. Proponemos pensar este espacio hoy para comprender algunas dinámicas de las experiencias allí dadas, como también reflexionar sobre qué nociones e ideas impulsan las transformaciones urbanas y de la experiencia sobre este espacio, sin perder de vista - o quizás tomando como punto de comparación - aquellas nociones y consensos que en nombre del progreso impulsaron su creación. Para ello, desde una perspectiva materialista y crítica se analizarán noticias publicadas sobre este espacio, y se trabajará sobre un registro fotográfico para intentar encontrar las nociones de “revalorización” que motivan e impulsan estas transformaciones.

Palabras clave: Transformaciones Urbanas; Embellecimiento estratégico; Ciudad y comunicación

Abstract

This article seeks to find clues about how to inhabit the city in the representations created on and about the Mercado Norte, and to that end, we depart from a final degree project and some afterwards conclusions about the diverse experiences centered in a historic center from Córdoba City: The Mercado Norte.

This market was founded in a context of great transformation for the Latinamerican cities, at the beginning of the 20th century, under the great wave of progress. Nowadays, the market constitutes a highlight in the city weft, it is the center of one of the “Great Squares”, and is a space that concentrates diverse commercial, social and cultural activities.

This article suggests a new overview of this space in terms of the dynamics of the experiences given there, and to reflect about what notions and ideas drive the urban transformations and experiences of this area, without losing sight - or maybe establishing it as a point for comparison - of those notions and consensus that in the name of progress drove its creation.

To that end, from a materialistic and critical perspective, news published about this space will be analyzed as well as a photographic register, to try to convey the notions of “revaluation” that motivate and drive these transformations.

Key words: Urban Transformations; Strategic Embellishment, City and Communication

Fecha de recepción: 19 de julio de 2022

Fecha de aceptación: 20 de octubre de 2022

Introducción

En esta publicación, se plantea un recorrido que parte de los datos obtenidos en el trabajo de final de grado: "Mercado Norte: la producción social y simbólica del espacio como forma de entender la relación comunicación/ciudad". En este trabajo, el objeto de estudio lo constituye un mercado de abasto de la capital cordobesa, conocido por ser referente de precios y calidad de alimentos, por ser un lugar de alta concentración de actividades y por constituir un punto clave dentro de una zona céntrica con características y dinámicas propias y muy diferenciadas de otras zonas del centro. En el mismo, la pregunta central era: *¿Cómo se producen y disputan sentidos en y sobre el Mercado Norte en el entramado social de la ciudad de Córdoba?* Buscábamos entonces, caracterizar y comprender la producción social y simbólica del espacio del Mercado Norte en el entramado social de la ciudad de Córdoba, y para ello estudiamos 73 publicaciones del diario La Voz del Interior, ya que es el que posee más tirada de nuestra provincia. Las noticias seleccionadas tenían como tema el Mercado Norte y su entorno, y abarcan desde el año 2011 (año de la primera noticia publicada sobre el mercado en el portal digital de La Voz del Interior) a marzo del 2020. Optamos por esta fecha de corte debido a la contingencia del aislamiento por Covid-19. En estas notas, lo que encontramos entre otras cosas, fue una tajante división entre las prácticas asociadas al día y aquellas asociadas a la noche. Partimos de las conclusiones de este trabajo final para pensar en las transformaciones que sufrió este espacio durante la pandemia, al volverse una supermanzana más de la ciudad de Córdoba.

Se plantea entonces, primero, es necesario complementar y ampliar las perspectivas desde las cuales pensamos este objeto de estudio, se propone entonces de una breve historización del Mercado, para comprender qué lógicas rigieron su origen y poner en perspectiva cómo el Mercado devino en lo que es hoy. Además, se plantea una caracterización más actual del espacio del Mercado Norte para conocer de qué hablamos cuando hablamos del Mercado Norte y su entorno. Así se propone un segundo acercamiento al Mercado desde informes y ordenanzas, para observar cómo se constituye desde perspectivas más bien oficiales y gubernamentales, pensando entonces en la representación del espacio como materialmente anclado y sobre el cuál se interviene desde el estado municipal.

Luego, se presentan algunas conclusiones del trabajo final mencionado previamente, buscando comprender cómo el Mercado Norte y su entorno son representados en La Voz del Interior hasta el momento de la pandemia, para adentrarnos en las lógicas que emergen de e influyen en este espacio. Buscamos ver qué tipos de prácticas son aceptadas o visibles y cuáles quedan fuera de la representación mediática construida sobre el mercado, cómo este se construye como espacio de representación y el porqué de este quiebre o contraste entre el día y la noche. Con todas estas perspectivas sobre este espacio, se intentará plantear una lectura crítica sobre algunas políticas y transformaciones dadas en el Mercado Norte durante el periodo de aislamiento por Covid-19, buscando cómo estas políticas públicas tienen anclaje o no en el Mercado Norte como representación del espacio (el mercado visto desde su perspectiva histórica, gubernamental y de planificadores) y como espacio de representación (ese mercado contradictorio representado y construido mediáticamente). Esta lectura crítica se posiciona desde una perspectiva teórica que entiende a la ciudad como eso que se produce en el entrecruce de la textualidad, los

sentidos y significados, las calles, las edificaciones y los sujetos que las viven¹; pero entendiendo que no todos los sujetos y sentires son iguales: la ciudad es un espacio en donde se fijan operaciones determinadas por las condiciones de clases sociales, de las cuales, las clases subalternas acceden a ciertas experiencias y las dominantes a otras. Así, la ciudad tiene una diagramación clasista que prioriza la acumulación del capital y mercantiliza la cotidianeidad de los sujetos legitimados². Esta mercantilización de la experiencia y cultura urbana son tales debido a que las ciudades surgen mediante concentraciones geográficas y sociales de un producto excedente³.

Con todo esto en mente, surge la pregunta ¿qué lógicas rigen - o se pueden observar en - las transformaciones de un lugar como el Mercado Norte? ¿Cómo se intenta vincularlo a otros puntos del entramado de la ciudad de Córdoba? Y, por último, según el recorrido planteado en este texto, estas transformaciones del Mercado Norte durante la pandemia ¿se corresponden con las ideas de este espacio como espacio de representación y como representación del espacio?

Historización

El edificio del Mercado de la Ciudad fue construido en el año 1927 para ser inaugurado el 14 de abril de 1928, en un contexto donde la ciudad de Córdoba empieza a constituirse como un centro de comunicación, un nodo de distribución y circulación de bienes. Esto implicó, a principios del S. XX, un proceso de regulación y gestión dirigidos a obtener una ciudad agradable, ordenada y limpia. Conocido popularmente como Mercado Norte, su aparición se da en la misma época en que la ciudad de Córdoba se empieza a modernizar. El Mercado Norte se convierte en un claro ejemplo de cómo una ciudad va tomando forma de acuerdo a las inversiones económicas que se aplican para transformar el espacio urbano. El mercado dio la posibilidad de concentrar en un espacio techado una variedad de servicios, permitiendo regular la venta de productos alimenticios bajo nuevos estándares y parámetros de salud e higiene. El mercado aparece como una forma más de regular el comercio de la ciudad de Córdoba en nombre del “progreso”. Es decir que la construcción del mercado legitimaba a la ciudad como una ciudad comercial, productiva, con mirada al progreso. Aunque por supuesto, en aquellos años Córdoba capital estaba dando sus primeros pasos en la urbanización: había pocos automóviles, muchos carros tirados por caballos y la zona céntrica se conformaba en contraposición a los denominados barrio-pueblo. En ese entramado, el Mercado Norte presentaba una ubicación estratégica que va a ir marcando el contorno del Barrio Centro: limitado por el río y en cercanía a la distribución de bienes a través del ferrocarril.

A finales del siglo XIX, en 1857 se crea un sistema municipal para la ciudad de Córdoba, fundada en 1573. Estas primeras gestiones sobre la ciudad surgieron a la par de un amplio crecimiento poblacional, debido a las olas de migrantes. Las últimas décadas del siglo XIX

¹ Esta noción de ciudad es construida a partir de lecturas ciudad y comunicación como: “Imaginario Urbano” (1977) de García Canclini; “La ciudad y sus signos” (2002), de Margulis y “La construcción simbólica de la ciudad” (2005) de Rosana Reguillo, entre otras.

² Este planteo se retoma del artículo “Ciudad-comunicación-Cultura hacia una perspectiva transdisciplinaria” (2019) de Eugenia Boito.

³ Harvey, El derecho a la ciudad, (2008), pág. 24.

se caracterizan por un amplio desarrollo urbano, ligado al avance del ferrocarril y aperturas de casas bancarias. Además, hacia la periferia del centro comienzan a surgir las primeras expansiones con una fuerte dependencia de él, pero con algunas funciones sociales y económicas, estas expansiones fueron denominadas “pueblos”, que hoy conocemos como barrios (Alberdi, Alta Córdoba, Güemes, San Vicente y Gral. Paz). En este sentido, podemos rastrear algunas de estas características en el período de la intendencia de Emilio Olmos que, desde 1925 a 1929, desarrolló políticas de planeamiento urbano, como la pavimentación, la regulación de construcciones y cercas, la localización de actividades comerciales y el mejoramiento del tránsito.⁴ Estas políticas y estas nociones de pensar la ciudad como un conjunto, con el ideal de mejorar condiciones de higiene y circulación, planificando con el crecimiento poblacional como una variable a considerar se sedimenta el rol del urbanista como aquel especialista dedicado a embellecer y diagramar el espacio urbano. En el caso particular de la ciudad de Córdoba, y bajo la intendencia del intendente Emilio Olmos se recurre en 1927 a un especialista para la elaboración del “Plan Regulador y de Extensión para la ciudad de Córdoba”, proyectado por Benito J. Carrasco. Este plan abarca a la ciudad de forma extensa, pensando en problemáticas estéticas, de ordenamiento y de higiene urbana. A nivel general, Carrasco propone una Córdoba dual, ya que en el área central orienta las acciones a la monumentalización de algunos edificios mientras, al mismo tiempo que propone una expansión de los barrios periféricos descentralizando equipamientos⁵.

Previamente en 1852 se agregan como espacio de carga y descarga las Plaza Norte y Plaza Sur a las 9 ya existentes – por ejemplo, la Plaza de las Carretas ubicada en B° Güemes-. Así queda regulada en estas plazas -y un radio determinado a sus alrededores- la venta de frutas y verduras. Con este antecedente de localización de actividades comerciales es que, en la década de 1920 se construyen el Mercado de Abasto, el Mercado Norte, el Mercado de San Vicente y el Mercado de Alberdi. Ahora bien, esta Plaza Norte, donde se concentraba la venta de productos de las colonias agrícolas de la zona, estaba ubicada aparentemente en el mismo sitio donde hoy se emplaza el Mercado Norte. En 1912, cuando se autoriza la construcción de este mercado, también se proyecta la creación del pasaje Cantacara, y empieza su construcción en 1927 bajo el diseño de José Hortal y Salvador Godoy, quienes para 1936 también serían los encargados de llevar a cabo y finalizar la construcción del Palacio de Justicia. Un año más tarde, en 1928, se inaugura el Mercado Norte, con 106 puestos en su interior. Incluimos la siguiente imagen para ilustrar el edificio en sus orígenes, y para atraer la atención también sobre las calles que lo rodean: más adelante veremos estas calles post- pandemia covid 19.

⁴ "Intendencia del Ing Emilio Olmos 1925-1929", Elisa May de Carranza, 1989. Consultado en el Archivo Histórico Municipal.

⁵ Esta breve descripción del Plan Carrasco se basa en la lectura del artículo: “El urbanismo como nueva disciplina en Argentina visto desde el especialista Benito J. Carrasco a través del Plan Regulador y de Extensión para la ciudad de Córdoba, 1927” (2017) de José Stang, publicado en Universidad Nacional del Nordeste; Cuaderno Urbano; 23; 23; 11-2017; 169-197.

Figura 1. Mercado Norte antes de su inauguración



Fuente: Archivo Histórico Municipal de Córdoba. Imagen 2611. Mercado Norte - Arq. Salvador Godoy y José Hortal. Año 1926.

Acercándonos un poco más a la actualidad, en el año 2001 se lleva adelante una refuncionalización del mercado por la Municipalidad de Córdoba, que junto con refacciones edilicias crea en la planta superior del edificio el CPC⁶ “Mercado de la Ciudad”. Esto implica que en el mismo centro de compras existe la posibilidad de hacer consultas, tramitar impuestos y servicios, no sólo municipales sino también prestaciones provinciales, nacionales y de empresas de servicios públicos. En el año 2011, también pensando como una refuncionalización de este espacio, se hace peatonal la calle República de Israel, situada frente la puerta del Mercado.

En este sentido, en el año 2017 el Mercado se ve incluido en un plan municipal que crea Distritos para enfocar planes de acción y obras por zonas. Estos distritos son creados bajo la gestión municipal de Ramón Javier Mestre, enmarcados en el “Plan de Metas de Gobierno 2016-2019”⁷. El Mercado Norte se ve asociado al antiguo Mercado de Abasto, y (como mencionamos en el apartado anterior), desde el estado se plantea revitalizar y repoblar el área. Así, el Mercado Norte queda incluido en el “Distrito Abasto”, un proyecto para reutilizar los predios del antiguo mercado de abasto, localizados del otro lado del río. Este proyecto está todavía en proceso, bajo una gestión municipal distinta. Sin embargo, retomamos algunos supuestos o bases del proyecto original: desarrollo, emprendedurismo y sustentabilidad. Estos presupuestos (además de estar explícitos en la ordenanza municipal) podemos también observarlos en algunas noticias de la época cuando ésto se discutía, como ser “*Distrito Abasto: 30 manzanas para impulsar el emprendedurismo*”⁸; en “*La plaza del Distrito Abasto tendrá alumbrado con paneles*” publicada en La Voz del Interior

⁶ Los Centros de Participación Comunal (CPC) son espacios municipales de descentralización administrativa y de desconcentración operativa a pequeña escala.

⁷ El Plan de Metas de Gobierno se instituye como un instrumento de planificación e información ciudadana, a través del cual el Poder Ejecutivo presenta su programa de gestión y da a conocer los lineamientos que guiarán la actividad de la administración pública municipal durante el período de gobierno.

⁸ Publicada en La Voz del Interior, el 12 de Junio del 2019, disponible en: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/plaza-del-distrito-abasto-tendra-alumbrado-con-paneles>

(12/06/2019) y en “*Distrito Abasto, el proyecto de la ciudad de 10 minutos (poniendo los caballos delante del carro)*”⁹ publicada en Infonegocios el 23/08/2018. En las noticias se menciona al emprendedurismo, espacios de coworking, pero aparece fuertemente la idea de revalorización de este espacio. Las propuestas sobre el área, según lo resaltado en las noticias y lo destacado en el plan municipal, se basan en tres ejes. Primero, el espacio público pensado desde obras para la rehabilitación de espacios considerados significativos y con propuestas de movilidad “sustentable”. Segundo, un eje focalizado en la población, buscando una “densificación edilicia” (nótese que no se habla de las personas que habitarían esos edificios) y una “renovación urbana”. El tercer y último eje se centra en un programa de beneficios para la radicación de ciertas actividades, y la “promoción del ecosistema emprendedor”.

Nos gustaría detenernos en este punto: el estado invierte para “rehabilitar” un espacio y luego fomenta la construcción de edificios para impulsar actividades económicas. Hasta aquí el habitar de los sujetos no existe, el rol de recorrer este espacio, de vivirlo no parece ser un uso válido de este espacio. Entonces, según este proyecto (como muchos otros): en el espacio público uno se mueve (no se queda); la población que reside en ésta área debe vivir en edificios, de forma “densificada”, y el emprendedurismo (ahí donde el peso del capital recae sobre un solo individuo) es la forma de ofrecer y comprar bienes y servicios. ¿Qué lugar queda en esta ciudad imaginada para los vendedores ambulantes, para quienes venden con su manta en la vereda y para quienes ofrecen sus cuerpos de noche? Aunque responder a esto en el área todavía en transformación puede ser anticipado, retomamos de forma crítica una posición de análisis que entiende que la ciudad se segmenta y se fragmenta, expulsando cada vez más a todos estos sujetos que no entran o coinciden con los requerimientos de un mercado que no duda en empujar a la periferia a clases subalternas. Y quizás también cabe preguntarnos ¿son hoy estas nociones de emprendedurismo, sustentabilidad y desarrollo un sostén ideológico como lo fue el concepto de progreso para el principio del siglo XX?

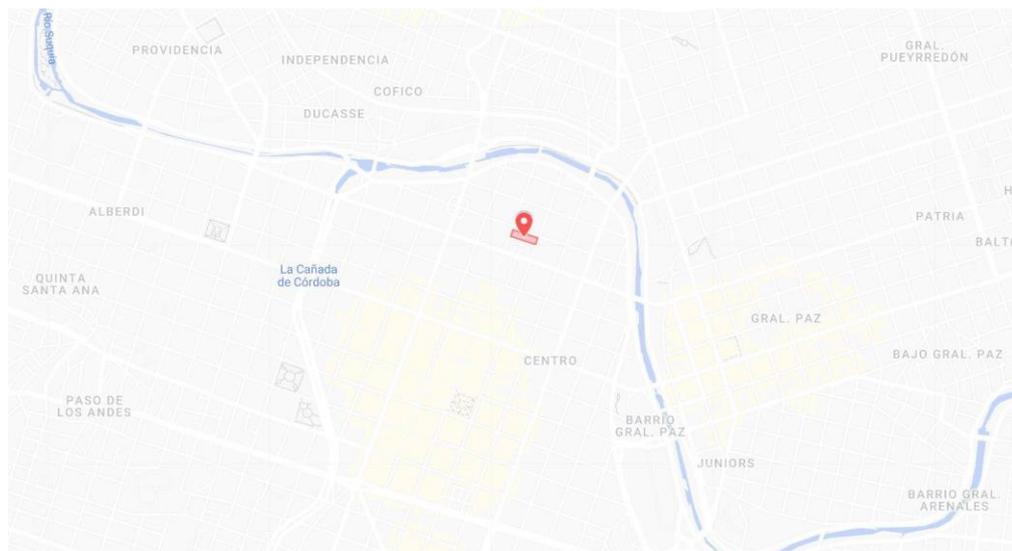
De qué hablamos cuando decimos Mercado Norte

Está ubicado en el Área Central de la ciudad, y de acuerdo a la delimitación barrial de la Municipalidad de Córdoba, se encuentra dentro del Barrio Centro¹⁰. El Mercado Norte se encuentra entre las calles Oncativo y Catamarca - de norte a sur- y San Martín y Rivadavia - de este a oeste -. Alrededor del mercado hay un gran movimiento comercial de diversos tipos: perfumería, calzados, repuestos automovilísticos, almacenes, financieras, etc. Esta misma Ordenanza, plantea que existe un área especial “Mercado Norte”, que comprende todas las manzanas limitadas por las calles Oncativo al Norte; Rivadavia al Este; Catamarca al Sur y San Martín al Oeste.

⁹ Publicada en Infonegocios, el 23 de Agosto del 2019, disponible en: https://infonegocios.info/nota-principal/distrito-abasto-el-proyecto-de-la-ciudad-de-10-minutos-poniendo-los-caballos-delante-del-carro?utm_source=emBlue&utm_medium=email&utm_campaign=Agosto&utm_content=Poniendo%20los%20caballos%20delante%20del%20carro--Poniendo%20los%20caballos%20delante%20del%20carro&utm_term=multiple--6--none--30-40--ENVIO%20SIMPLE&embtrk=7f5i-R-5b1bn69e-R-5i1fn-R-9d3dn4

¹⁰ Ord. 8057/85, disponible en: https://static.cordoba.gov.ar/DigestoWeb/pdf/7caaf6ee-3a56-402b-a6d2-bc8707bd4c6d/ORD_8057.pdf

Figura 2. Ubicación del Mercado Norte en el entramado de la ciudad de Córdoba.



Fuente: elaboración propia a través de My Maps.

Según el estudio publicado en el año 2017 por la Agencia para el Desarrollo Económico de la ciudad de Córdoba (ADEC) existirían áreas y subáreas dentro de Barrio Centro. El estudio, llamado "ESTUDIO DEL ÁREA CENTRAL DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA". Contribución a la recuperación del área Central de la ciudad de Córdoba", define al Mercado Norte como una subárea específica del Área Central, dentro del Área Norte, que está pensada desde Av. Humberto Primo-Av. Sarmiento hasta el río Suquía.

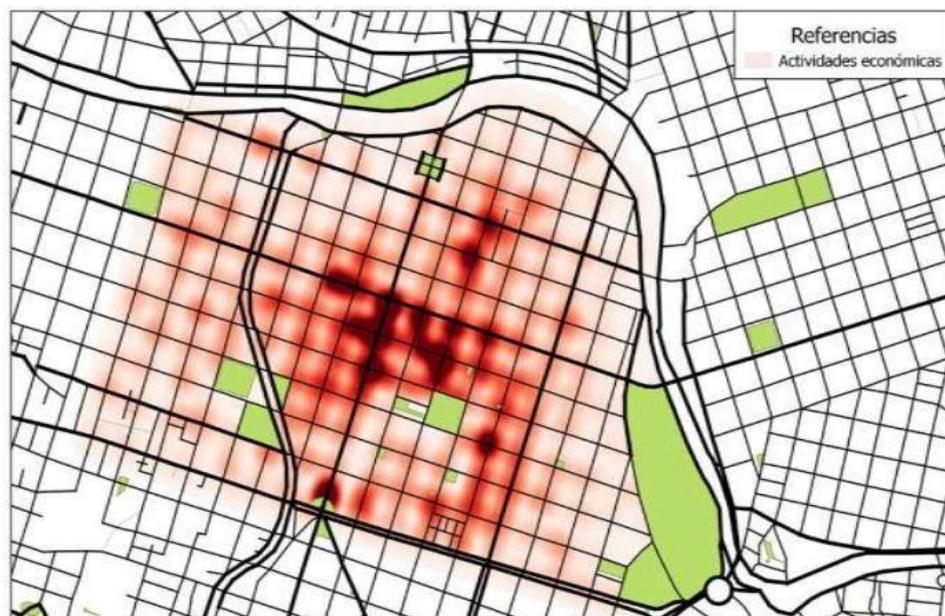
Se ubica entonces, en un punto estratégico: cercano al microcentro y al Río Suquía, posibilitando un acceso al centro o a la costanera a través de algunas vías rápidas de circulación. Además, es preciso recalcar que sobre este tramo céntrico de la costanera se vienen dando transformaciones del espacio no menores: grandes inversiones estatales y privadas están convirtiendo los alrededores del río a través de sedes gubernamentales, creación de ciclo vías y puentes, además de grandes complejos con edificios residenciales en altura, oficinas y comercios¹¹.

Ahora bien, el área a estudiar se caracteriza por tener una gran concentración de actividad comercial. El Mercado Norte se posiciona como núcleo del área, y la Sociedad de Locatarios estima que por mes acuden en promedio 200.000 personas. Hay variadas actividades de servicios y gastronomía, y a lo largo del día también se desarrollan actividades de venta informal, como vendedores ambulantes y manteros. La zona se caracteriza entonces por tener un carácter heterogéneo: tanto en las actividades que allí se realizan, en rubros comerciales y personas que la recorren. Así, se mezclan la actividad comercial vinculada a los automotores y motos (en las calles La Tablada y Rivera Indarte, principalmente); el comercio del rubro alimentario mayorista y minorista (en el entorno del Mercado Norte y en el mismo Mercado); comercios vinculados construcción (materiales, sanitarios, aberturas) y ferreterías, (en calles Gral. Alvear e Igualdad), junto con depósitos y almacenamiento. También hay variadas actividades de servicios y gastronomía. Adjuntamos

¹¹ Aquí se hace referencia a la inauguración del puente Ramón Bautista Mestre frente al complejo Capitalinas, a complejos en el Barrio General Paz (Cardinales Nuevo Suquía del Grupo GNI, Alto Paz, Sonoma Ribera), a los puentes 25 de Mayo y del Bicentenario, y a las nuevas sedes del poder ejecutivo y legislativo provincial, todos a la vera del río Suquía.

el siguiente gráfico del informe de ADEC mencionado antes, donde plasman información sobre los comercios del área, registrados ante el gobierno provincial a través de Sifcos (Sistema de Información para el fortalecimiento de Comercios y Servicios electrónicos).

Figura 3. Concentración de actividades económicas.

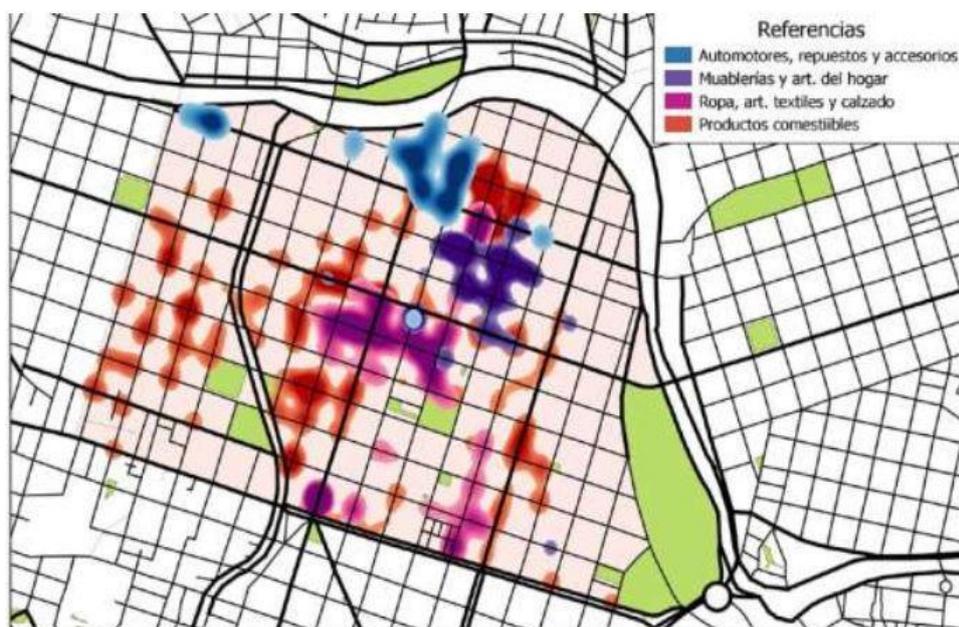


Fuente: Informe de ADEC, pág 485. Disponible en:

https://www.adec.org.ar/admin/uploads/archivos/ARCH_B_3353_1604322527.pdf

Este gráfico nos sirve para poder pensar el área que nos interesa en relación con otros grandes nodos comerciales del centro. Además, sirven de base para otros gráficos de actividades comerciales por rubros. Retomamos también el siguiente gráfico:

Figura 4. Concentración de comercios minoristas por grandes rubros.



Fuente: Informe de ADEC, pág 486. Disponible en:

https://www.adec.org.ar/admin/uploads/archivos/ARCH_B_3353_1604322527.pdf

Ahora bien, nuestro interés se centra en el contraste existente entre el día y la noche porque esta zona del Mercado es conocida como zona roja. Esto implica que, en el reverso de este trajín diurno, se concentren otros cuerpos, otras actividades, otras formas de experimentar y habitar este espacio.

Contrastes

Antes de continuar con este artículo, se vuelve necesario explicar algunos puntos clave desde los cuales partimos para estudiarlo. En primer lugar, y como se adelantó en la introducción, en el grupo de noticias analizadas se nota a primera vista un gran contraste entre cómo se representa este espacio de día y de noche. Pero también notamos diferentes tratamientos por parte del medio para tratar al Mercado Norte como institución, y por otro lado como zona o área. Se plantea en este apartado una síntesis del análisis realizado para el trabajo de grado, y algunas conclusiones desde las que partimos para comprender las transformaciones urbanas dadas en el Mercado Norte en un periodo posterior al trabajado en el trabajo final, el Mercado en pandemia y post aislamiento.

Dentro / fuera

El periodo de recolección de notas del Mercado Norte va desde el 2011 hasta el 20 de marzo del 2020, cuando se decretó el aislamiento preventivo obligatorio. En total recopilamos cuarenta y seis notas que tienen al Mercado Norte etiquetado como lugar y como tema y que además son todas las disponibles en la web de La Voz del Interior. Por otro lado, se recopilaron 27 noticias que mencionan al Mercado Norte, pero no lo etiquetan, y que están relacionadas al entorno de este sitio.

En el primer grupo de noticias, las que tratan y etiquetan al mercado como tal se encontró los años 2018 y el 2019 fueron los años en los que se observó una gran cantidad de noticias. En el 2018 se encuentran un total de catorce artículos publicados, de las cuales diez tratan sobre precios de productos del Mercado Norte y ocho informan sobre el Índice Asado; mientras que los dos restantes tratan sobre los precios de comidas típicas (refiriéndose a dos fechas importantes: el pescado para semana santa y el locro para el primero de mayo). Como en el resto de las noticias que presentan informes sobre precios, el Mercado Norte aparece como enunciador, elaborador de Índices y legitimador de precios. En el 2018 el mercado se presenta en el diario principalmente como elaborador de índices y referente de precios, pero también como una institución con historia (su 90° aniversario es algo a conmemorar a través de una actividad artística). En el 2019, las diecisiete noticias encontradas muestran al Mercado Norte como: un referente de precios; un sitio cuyos horarios de atención es necesario relevar; un punto clave de la gastronomía local; y un espacio para actividades artísticas y culturales. Se observa también que en este año hay más noticias que relacionan al Mercado Norte con actividades que van más allá de su carácter comercial. Vemos por primera vez noticias dedicadas exclusivamente al carácter turístico del mercado: “Mestre presentó Córdoba City tour” y “Córdoba suma un segundo recorrido turístico en colectivo”. Es decir que el Mercado aparece como sitio para distintas actividades, acentuando su carácter heterogéneo como espacio. En los años 2011 y 2014 sucede lo contrario a los años nombrados anteriormente: cuentan con tan solo dos noticias respectivamente. Son los años que menos cantidad de noticias tienen. En este periodo se

refuerza la imagen del Mercado Norte como un centro cultural en donde la gastronomía cumple un papel fundamental, haciendo hincapié en un espacio urbano de valor patrimonial, afianzándose como núcleo gastronómico e histórico. Las noticias de estos años construyen la imagen del Mercado Norte como una institución que establece precios de referencia en alimentos, como un espacio que ofrece servicios cuyos horarios deben ser relevados, y como un espacio para actividades culturales. Es un espacio con gran variedad de oferta gastronómica que lo determinan como un sitio histórico de potencial turístico. Así, encontramos algunas caracterizaciones que se repiten, y que nos ayudan a pensar qué funciones o qué rol se le adscriben a este espacio en las noticias trabajadas. Los años 2017 y 2020 muestran un punto medio con respecto a la cantidad de noticias. El año 2017 cuenta con seis noticias, de las cuales cuatro de ellas muestran al Mercado Norte cumpliendo un papel de proveedor de alimentos o de servicio público. El 2020 cuenta con cinco noticias, de las cuales solo una hace referencia al indicador de precios, mientras que las restantes refuerzan la idea de un Mercado Norte como espacio cultural. En todas estas noticias se habla de visitantes y turistas, y del potencial de los mercados para ofrecerse como sitio de interés para el público. Así, en los primeros meses del 2020, el Mercado Norte aparece - en conjunto con el Mercado Sur- como un sitio que debe ser puesto en valor, que necesita más seguridad y que por su historia y variedad de ofertas gastronómicas es un punto con gran potencial para la explotación turística. Por la fecha comercial de San Valentín, se presentan datos sobre la actividad gastronómica y hotelera en Córdoba, y la municipalidad propone un proyecto que vincula al Mercado Norte con el Mercado Sur para que trabajen en conjunto y tengan un eje conceptual (el Día de los Enamorados). Además de ser la primera vez que se los menciona en conjunto, ambos aparecen como puntos de actividades para mejorar su entorno.

Para el segundo grupo de noticias, se considera el Entorno del Mercado Norte al espacio que rodea a la fachada en sí, a las calles y veredas alrededor del Mercado. Es decir que las noticias aquí trabajadas tratan sobre el espacio que no tiene como protagonista a dicha institución pero que, por su cercanía le confiere características particulares al espacio de representación en el hecho noticiable. Los años que más acumulan noticias del Entorno del Mercado Norte son: 2017, con un total de ocho noticias; 2018, con un total de cinco noticias; y 2019, con un total de nueve noticias. El rasgo que más distingue a estos años de gran cantidad de noticias es el trabajo sexual y la trata de personas como tema recurrente. En el 2017 las noticias encontradas consolidan el lado nocturno del Mercado, posicionándose como una zona roja de la ciudad en la que los vecinos y comerciantes aparecen como víctimas de un entorno mal iluminado y sin presencia policial. A su vez, también se configura como un lugar peligroso para las trabajadoras sexuales. La noticia "Buscan al asesino de una joven trans" va a ser de trascendental importancia para el movimiento trans y de trabajadoras sexuales, ya que el Caso Azul Montoro sentó un precedente judicial importante, además de exponer la vulnerabilidad del trabajo sexual. Estas noticias, como grupo, muestran el carácter dual de un espacio urbano como el Mercado Norte, en donde el valor histórico y el impulso de reestructurar y mejorar el entorno en términos de estrategia urbanística, tiene que convivir con la atrocidad de un homicidio transfóbico y con las actividades de explotación sexual. En el 2018 también se puede encontrar esta dualidad polarizada en las noticias: la estrategia urbanística por un lado y la explotación sexual por otro. Podemos observar cómo el área del Mercado Norte sigue apareciendo como un sitio

de concentración del trabajo sexual atravesado por las consecuencias de la ley 10.060, que expulsó parte de la oferta sexual a las 33 calles. Y por otro lado, tenemos medidas gubernamentales que buscan reorganizar la población, con respecto al cambio del código de edificación que apunta a conseguir nuevos residentes para una zona del centro desvalorizada y despoblada: el área del Distrito Abasto (30 manzanas alrededor del Mercado Norte). El 2019 es el año con más noticias encontradas. En La Voz del Interior se publicaron nueve noticias este año, constituyéndose en el año con más publicaciones sobre el entorno del mercado. Una consideración importante es que todas las noticias de este año se relacionan con el trabajo sexual. Sin embargo, podemos establecer algunas diferencias dentro de este grupo. Por un lado, la única mención al asesinato de Azul Montoro en el año 2017, se transforma en un tema trascendental para el 2019: es el centro de cuatro de las nueve noticias publicadas en este año, y son notas que acompañan el proceso judicial calificándolo de histórico (es el primer caso de violencia contra una mujer trans que llega a juicio oral, y el primero en el que se aplica la carátula de femicidio). El resto de las noticias se enfocan en las denuncias por inseguridad, de trabajo sexual y por explotación sexual. Es decir que los temas logran formar parte de un mismo eje que determina la imagen del entorno del mercado norte, ya sea para describir la oferta sexual actual y la vulnerabilidad de las trabajadoras en las calles, ya sea a través de un caso icónico y sus consecuencias sociales y penales, o ya sea para hablar de establecimientos donde se explota sexualmente a mujeres. En el 2016, con un total de tres noticias, aparece una noticia en la que se menciona por primera vez una ley de fundamental importancia y que va a aparecer a lo largo del corpus seleccionado para el Entorno de Mercado Norte: la ley 10.060 que establece el cierre y clausura de whiskerías, prostíbulos y toda clase de locales nocturnos públicos donde se ejerza la prostitución. Es llamativo que, en el año en el cual se aprobó y puso en vigencia esta ley (año 2012) no se encuentren noticias al respecto. Este hecho aparece en La Voz cuatro años después y en relación al entorno del Mercado Norte. En el 2016 entonces tenemos dos noticias que relacionan a la zona del Mercado Norte con la prostitución y la explotación sexual, y una que posiciona el área como un lugar desvalorizado. En los años restantes, tanto el 2014 como el 2015 son años que no se encontraron noticias sobre el entorno del Mercado Norte en el medio La Voz del Interior. Y el año 2012 y 2013 solo cuentan con una noticia cada uno. En la noticia del 2012, "Rescate de la bohemia arrabalera" el Mercado Norte y su entorno aparecen como un sitio con historia, se menciona que fue el mayor centro de compras de todo el interior del país y es hoy un centro comercial con gran variedad de propuestas gastronómicas. Esta noticia genera un gran contraste con la única noticia encontrada en el 2013; "Una cadena de prostíbulos al descubierto en Córdoba", en donde se relata el proceso judicial de una causa por explotación sexual. El hecho se relaciona con el mercado porque de los catorce prostíbulos allanados, la mitad se encontraba alrededor de él. Una vez más, se vuelve a conceptos e imágenes diferentes entre sí que tienen que convivir por formar parte de un mismo espacio urbano, determinando la heterogeneidad de la zona del mercado.

Es así que encontramos que la mayoría de las publicaciones analizadas del diario La Voz del Interior representan al Mercado primero como comercio y después como servicio público. Por supuesto que su principal función es la oferta de productos alimenticios, pero aquí nos interesa más el cómo y quiénes: en estas noticias el Mercado Norte se nombra como tal, se oficializa. Los actores reconocidos son institucionales (gerentes comerciales,

comerciantes y dueños de locales más antiguos), los trabajadores del Mercado aparecen estetizados por terceros (retratados por estudiantes de fotografía, enmarcados como objetos de tradición). Esto deja fuera a vendedores ambulantes y comerciantes informales. Aquí entonces el comercio es sólo válido para locales físicos y habilitados por el Estado.

Esto nos remite también a su carácter como servicio público: el estado se hace presente en el mercado a través del CPC, ofreciendo un lugar de “participación ciudadana”, entendiendo como participación a la posibilidad de realizar trámites y pagar impuestos. Tanto en las notas sobre el rol del mercado como centro comercial y como servicio público, la sección elegida para publicar es la de “Ciudadanos”, lo que cabe preguntarnos entonces es ¿qué clase de noción de ciudadanía puede construirse desde estos sentidos sobre el mercado? ¿Es lo mismo un ciudadano que un consumidor?

En estos ámbitos el comercio informal, el andar este espacio por placer y las actividades (y peligros) de la noche no tienen lugar, está bien delimitado qué clase de noticias son de interés “ciudadano” y cuáles no. ¿Estamos frente a ciudadanos o frente a clientes? En este punto, retomamos un artículo de Espoz Dalmasso y Del Campo (2018) cuando describen el constructo social que sostiene la noción de Patrimonio Urbano:

“Esta operación nos permite dar cuenta no sólo del carácter expresivo de todo el proceso, sino que nos insta a focalizar en los sentidos que se construyen sobre ciertos territorios con sus prácticas (de habitar, circular, disfrutar, conocer, etcétera) que otorgan un marco a las experiencias urbanas contemporáneas en tanto ‘aceptables/deseables’”. (Espoz Dalmasso y Del Campo, Question, 2018, 1 p.60)

Así, tenemos que sobre un espacio hay actividades y actores deseados, y otros que no. Y esta división viene de la mano con lógicas de valor que conforman los sentidos en una sociedad capitalista. Otra forma desde la cual podemos rastrear esta dinámica del capital en la ciudad es a través del contraste que existe entre las noticias que hablan sobre el Mercado Norte en sí y las que hablan sobre el entorno del mismo; y las experiencias que se asocian y se adscriben a cada uno de estos espacios. Se citan a continuación tres noticias, que exponen esta lógica.

La primera, titulada: “Controversia por la ‘zona roja’ en el centro de la ciudad”¹², relata que los vecinos y comerciantes expresan preocupación por la inseguridad, la droga y la prostitución y piden intervención estatal. Además, denuncian que es una zona roja y liberada. Más allá de la prostitución, el entorno se describe como lleno de basura, oloroso y sin iluminación. Como un espacio desvalorizado. Lo llamativo es que el diario publica esta nota en la sección *Ciudadanos*, bajo una subsección llamada “espacio urbano”. Como esta, en el trabajo final de grado, analizamos un total de 27 noticias sobre el entorno del mercado, donde la inseguridad, la trata de personas, la explotación sexual, el trabajo sexual y las drogas fueron los temas centrales.

Como segundo ejemplo se presenta la nota “Una panorámica sobre el área central”¹³ publicada el 23 de junio del 2017, donde se retoma el informe de ADEC mencionado anteriormente. Se hace un recorrido por toda el área central, en relación a la zona del Mercado Norte, aparece como una de las más despobladas, lo presentan como el sitio más

¹² Disponible en: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/controversia-por-la-zona-roja-del-centro-de-la-ciudad-de-cordoba/>

¹³ Disponible en: <https://www.lavoz.com.ar/ciudadanos/una-panoramica-sobre-el-area-central/>

"complicado" para residir, hay prostitución. Se lo describe entonces como el sector más complicado del centro para vivir, lugar de prostitución y poca presencia policial, un espacio fragmentado y tugurizado. Esta publicación, al igual que la mencionada anteriormente, se publica en la sección de *Ciudadanos*, pero esta vez, en la sub categoría "Barrios".

Para finalizar, la tercera noticia a retomar en este texto se titula: "Prostíbulos: no desaparecieron solo cambiaron"¹⁴ fue publicada el 19 de mayo del 2019, en la sección *Sucesos*, en la subsección "Prostitución". En esta nota, AMMAR¹⁵ denuncia que empezaron a funcionar prostíbulos a funcionar en departamentos o en la calle. Así, el espacio público y la calle aparecen como lugar de oferta de trabajo sexual, proxenetas y extorsiones, como un espacio de vulnerabilidad para trabajadoras sexuales. A diferencia de las noticias anteriores, acá se le da voz a la presidenta de AMMAR, una representante de las trabajadoras sexuales de la zona. Sin embargo, también para ellas la calle se vuelve sinónimo de peligro.

Es así que estas construcciones de sentido muestran una dualidad de los modos de habitar, circular y dan coherencia a un espacio urbano. Esto, en primer lugar, manifiesta qué es lo que puede ser nombrado por La Voz del Interior como Mercado Norte, y qué contenido aparece de una manera casi subterránea.

Día/Noche

Ahora bien, esa dualidad está determinada por una cuestión temporal básica: el día y la noche. Los datos encontrados dentro del mercado cuentan con una gran cantidad de noticias dedicadas al comercio y a los precios, noticias que en su mayoría abarcan al Mercado Norte dentro del horario de atención al cliente (en 2021, de 7:00 a 17:00 horas). Mientras que el entorno del mercado cuenta con una gran cantidad de noticias dedicadas a lo criminalístico con temas como la trata de personas, homicidios, robos, etc. En su mayoría, los hechos ocurren en un rango de horario nocturno, que va de las 20:00 en adelante (el horario usual de cierre del Mercado -en otros años era a las 19:00-). Los temas recurrentes de las noticias del Mercado Norte en horarios de apertura son el precio del asado, la atención en fechas patrias, las intervenciones culturales dentro del establecimiento, etc. La circulación del espacio, representado en estas noticias, muestra al Mercado Norte con una circulación estrictamente comercial: son los clientes, los interesados en la compra de productos, los que le otorgan sentido al espacio. Importa en esta faceta del mercado, los precios de la carne, la disponibilidad horaria, la variedad de productos, la oferta gastronómica. Cuando el turismo y las políticas culturales intervienen en el Mercado Norte lo hacen para aprovechar estos recursos. El City Tour propuesto por el ex intendente de la ciudad de Córdoba Ramón Mestre incluye a dicha fachada como punto de visita por el valor histórico que propone y por la función de mercado tradicional y neurálgico de la ciudad. Muy diferente es lo que sucede con las noticias del entorno del Mercado Norte, las cuales abarcan numerosamente temas de explotación sexual, red de trata de personas, homicidios transfóbicos, etc. El entorno del Mercado Norte es, en estas noticias, un espacio

¹⁴ Disponible en: <https://www.lavoz.com.ar/sucesos/prostibulos-no-desaparecieron-solo-cambiaron/>

¹⁵ AMMAR: Asociación de Mujeres Meretrices Argentina, es un sindicato que nuclea a trabajadores sexuales. Su sede se encuentra a 400 mts del Mercado Norte.

nocturno que funciona como escenario para la vulneración de derechos. Como se aclaró anteriormente, esto sucede luego del horario de atención al cliente y queda así en un plano secundario la presencia del mercado y su carácter diurno (su papel de servidor público y legitimador de precios, como fachada histórica y emblemática, de interés turístico y gastronómico). Las mismas calles por donde transitan los clientes en busca de productos de calidad al mediodía, a la noche son escenarios de explotación sexual. Las noticias del entorno del Mercado Norte lo representan como un espacio en el cual se reclama seguridad, se exige justicia y control policial. Aquí es donde se puede observar la gran dualidad, el importante contraste que surge de las representaciones de un espacio que durante la horas del día se vuelve un producto consumible para todo el público, seguro, confiable, provechoso para el turismo y los intereses municipales; pero que durante las horas de la noche deja de ser apto para todo el público, pierde seguridad y control social, y logra inscribir nuevas prácticas que permiten el aprovechamiento de otros consumos con diversos sujetos que participan en el mismo.

En el juego del día y la noche en este espacio, con actores, actividades y características bien delimitadas desde las noticias trabajadas sobre el Mercado, cabe preguntarnos: ¿Qué lugar queda para los límites entre el día y la noche? ¿Tendrán estos intersticios sus propios actores y dinámicas que no estamos observando?

Si observamos atentamente podemos ver entonces que, desde las noticias estudiadas, desde estos sentidos heterogéneos emerge una coherencia en este sistema de símbolos: nos encontramos ante un espacio con historia, que desde sus orígenes se presenta como un punto de concentración de la oferta de alimentos en la ciudad; que hoy se ve sumergido en un bullicio ciudadano, ofreciendo bienes alimenticios pero también servicios gastronómicos, que se presenta como un legitimador de precios y servicio público. Pero de noche parece vaciarse, para ser sumergido en la oscuridad nocturna donde prima la oferta sexual y la inseguridad. Así, de día estamos frente a un espacio con un valor histórico y turístico; que de noche pierde valor, porque no reinan en él el comercio y la economía formal, esto es, emerge un espacio desvalorizado, tukurizado y peligroso. Es aquí en donde entra el Estado: su rol es recuperar un valor perdido, revitalizar un lugar sin vida, y es desde estos sentidos que se piensan, se diseñan e implementan las políticas públicas sobre este espacio. Aquí se nos vuelve necesario preguntarnos: ¿valor para quiénes? Evidentemente este espacio se diseña y planifica para un tipo de ciudadanía, que admira este espacio desde un *City Tour*, lo vive desde la mesa de algún local gastronómico, o lo recorre en busca de los mejores precios en alimentos. Un claro ejemplo de cómo el estado ingresa y toma partido en el espacio es la propuesta "Enamorados de los Mercados", donde desde intervenciones estáticas y permisos a locales se piensa un recorrido de consumo para ciudadanos (pero no cualquier ciudadano, estamos hablando de personas que salen a consumir bienes y servicios en pareja) como forma de darle valor a un espacio, y ganarle a la noche. El estado interviene entonces marcando de forma evidente qué tipo de vínculos y prácticas son válidas en este lugar: salir a comer en pareja es una actividad deseable, salir a ofrecer/solicitar trabajo sexual es una actividad a erradicar.

El hoy: Mercado como gran manzana

Hoy el Mercado Norte constituye el centro de una de las Grandes Manzanas de la ciudad de Córdoba. Durante los meses de aislamiento requerido por la pandemia de Covid-19, la gestión municipal encaró transformaciones de este espacio, siguiendo entonces en sintonía con el slogan del gobierno provincial “Córdoba no para”. El 11 de julio del 2020, nuevos adornos, calles pintadas y peatonales ocuparon el Mercado Norte. Esta transformación del espacio urbano se da en el marco de un proyecto municipal de crear “Grandes Manzanas”, proyecto similar al de “Supermanzanas” en Barcelona, que consiste en reducir el tránsito y peatonalizar espacios para concentrar actividades y priorizar el acceso a peatones y ciclistas. En las noticias que tratan este tema se recogen testimonios del intendente y otros funcionarios donde las nociones de sustentabilidad, turismo y calidad ambiental se acompañan de fotos de maceteros y mesas de bares en las calles. Estos proyectos de “Grandes Manzanas” buscan entonces revalorizar algunos puntos claves de la ciudad.

Figura 5. Fachada del Mercado Norte. Esquina de Rivadavia y Catamarca



Fuente: elaboración propia. Fecha: 7/07/22

Entonces, en este espacio, los cambios no son de reordenamiento de los manteros, naranjitas o vendedores ambulantes sino que consisten en calles pintadas de diferentes colores (como por ejemplo, el piano pintado en la entrada del Mercado, representando el instrumento fundamental del cuarteto), en canteros con distintos arbustos y plantines, en peatonales para incentivar la circulación de interesados en el mercado y en adoquines, algunos restaurados, otros nuevos, que sirven para adornar la imagen externa de la fachada. Retomamos aquí la lectura que hacen sobre las supermanzanas Espoz y Stang (2021) en el artículo “HACER VER LA CENTRALIDAD HISTÓRICA. Estrategias de acción

durante la pandemia en Córdoba, Argentina, 2020” cuando retoman la noción de “urbanismo táctico” de Lyndon: hablamos de intervenciones a nivel calle, de bajos costos y a corto plazo, pero con la proyección de que los cambios realizados afecten a largo plazo. Hablamos entonces de planes que buscan resolver de manera económica y rápida cuestiones del paisaje urbano a partir de intervenciones en cuanto a pintura y colorimetría en las calles y de mobiliario transitorio.

Figura 6. Canteros sobre calle Rivadavia.



Fuente: elaboración propia. Fecha: 7/07/22

Un espacio como el Mercado Norte, caracterizado por la constante circulación de autos y motos, de camiones que cargan y descargan mercadería a todas horas, hoy se transforma para priorizar la circulación de peatones. Como vemos en la figura 6, esta “peatonalización” constó de mover hacia la calzada canteros. ¿Cómo esto fomenta la circulación de peatones? Probablemente encontremos que en realidad se trata de una estrategia más de embellecimiento que de gestión de la circulación, ya que, como en otras supermanzanas, estas propuestas estéticas no van acompañadas de un plan integral de circulación en el área, como bien sostienen Espoz y Stang (2021;p 40) en relación al cambio de circulación de las líneas de colectivos al momento de volver supermanzana parte de la calle 27 de abril, que concentraba la circulación de una gran cantidad de líneas de colectivos. En el caso de la supermanzana del Mercado Norte no se observaron grandes transformaciones en la circulación o el diagrama de paradas en las líneas de transporte público, pero porque las necesidades del área a simple vista se configuran diferentes: en las calles colindantes al mercado lo que más se observa es carga y descarga de mercadería, y a lo largo de diversas horas del día, no siempre según el horario programado para tal actividad. Vemos entonces, estrategias y transformaciones que no se adaptan a la particularidad de cada

área, y fórmulas que se repiten en distintos núcleos implementando y creando imágenes y estéticas sobre ciertos espacios urbanos de manera acrítica.

Ahora bien, estas transformaciones del espacio urbano público se sostienen y argumentan bajo una lógica de “revalorización”. Esta es una noción que es común al desarrollo de todas las supermanzanas de la ciudad de Córdoba, pero en el caso del Mercado Norte toma un carácter aún más fuerte: es un área que se cree desvalorizada no sólo desde el equipamiento, sino desde los usos de ese espacio que no son aceptados discursiva y sensorialmente y que se constituyen como amenaza (tal cual se planteó en el apartado del contraste del mercado con su entorno, y entre el mercado de día y el mercado de noche). Según se puede observar en el Mercado Norte como espacio de representación previo a la pandemia, hay actividades y actores que quedan fuera del discurso oficial y fuera de las intervenciones estatales sobre este espacio. Durante el periodo de aislamiento el Mercado Norte se vuelve supermanzana. Si bien la idea de supermanzanas a lo largo de la ciudad implica nociones estéticas comunes entre puntos centrales e históricos, la intervención en el Mercado Norte tiene implicaciones distintas. Por ejemplo, en la construcción mediática el mercado de noche aparece como un sitio peligroso, un área de trabajo sexual, explotación, consumo de drogas e inseguridad, un espacio entonces turgurizado y por valorizar. Sin embargo, esta transformación en supermanzana no ataca un punto clave en esa noción de noche y peligro, una demanda común entre vecinos y trabajadoras sexuales: la iluminación. Así, vemos claramente que esta estrategia urbana está pensando en una circulación diurna, orientada a la actividad comercial. La supermanzana del Mercado Norte entonces no aporta a una problemática que compartían - o al menos expresaban - tanto vecinos como funcionarios estatales y trabajadoras sexuales. Por otro lado, tampoco tiene en consideración una actividad vital para la zona que es la carga y descarga de mercadería, ya que reduce la cantidad de carriles disponibles para vehículos para ofrecer canteros y mesas de locales gastronómicos. ¿Para quiénes está pensada entonces la supermanzana del Mercado Norte?

Conclusiones

Así, heterogeneidad no es caos: el principio que ordena estas experiencias se alinea con una idea de producción de valor, donde hay cuerpos que se mueven en la luz del día, en el ritmo de la compra y la venta de productos (de manera formal) y otros quedan relegados a la noche, con los peligros de la clandestinidad y la oscuridad. Es otro mercado que no se concibe como una cuestión social, el mercado donde los cuerpos ambulantes no existen, y donde los cuerpos de la noche son invisibilizados.

Esta dinámica de exclusión es característica de nuestras ciudades en el capitalismo actual, recubre entonces este espacio con imágenes y símbolos que aportan a las prácticas sobre este lugar y fomentan que el mismo sea pasivamente experimentado. La coherencia entre estas representaciones se construye entonces hablando de un lugar céntrico (en lo físico), con historia y que concentra gran diversidad (de precios, de productos y personas). Pero en algún punto perdió su valor, porque al cerrar las persianas y las luces de los negocios, de la oscuridad emergen cuerpos, necesidades, impulsos e intercambios que nadie quiere ver, pero que están ahí casualmente por el carácter central de este sitio.

La producción de sentido en un espacio urbano, entendido en este marco de interpretación materialista, está asociada a una reorganización del espacio de acuerdo a estructuras clasistas que funcionan en la visualización e invisibilización de sujetos y prácticas sociales. Una vez más la forma de pensar las prácticas sociales están relacionadas a la acumulación del capital: aquello que se trata de cambiar, aquello que se trata de promover, tiene fines económicos que benefician a un determinado grupo de la población. Sí lo personal es político, el andar en una ciudad también lo es: existen estructuras y representaciones sociales que actúan en los sujetos y que forman parte de los modos de habitar y circular esos espacios.

La situación dada por el aislamiento preventivo obligatorio le permitió a la gestión municipal hacer transformaciones para fomentar el uso del espacio público por bicicletas y peatones, buscó llevar las mesas de bares y restaurantes a la calle, todo adornado de canteros para completar la idea de sustentabilidad con un poco de verde. En esta coyuntura, hoy el Mercado Norte no es el mismo de siempre. Cambió, y en ese cambio, en esos nuevos adoquines, calles y muros pintados, marcó y reafirmó las lógicas por las que rige el embellecimiento estratégico de la urbanización actual. Los cambios de la fachada en plena pandemia legitiman sujetos y prácticas, y el mercado es un espacio pensado para que el turismo lo disfrute, para que los peatones tengan prioridad de circulación, y para que se tenga de él su mayor provecho durante las horas del día. Lo que sucede en la noche todavía no es un problema a solucionar para el gobierno de turno. Esta urbanización turística del Mercado, en la cual vemos que el estado planifica orientando las políticas públicas a ciertos actores, no es única, notamos que se trata de una tendencia a nivel global, y se observa una tendencia de generación de estrategias de “revitalización” o “puesta en valor”, en donde lo arquitectónico o edilicio (o el aspecto material de los mercados) se vuelve de interés en los procesos de patrimonialización y turistificación de las ciudades y perfilan similares experiencias de consumo e interacción (Medina y Alvares, 2009; Gonzalez, 2018; Vazquez-Medina, Hernández-Cordero, Lagos y Rangel-Trujillo, 2020; Gonzalez y Dawson, 2015). Así, dejan de pensarse y experimentarse como un objeto en sí mismo y como espacios para el consumo local, para pasar a ser puntos del entramado global de una ciudad, en el cual los consumos locales son reapropiados y dotados de nuevos sentidos para nuevos actores. Además, la transformación del Mercado Norte en el 2020, que como se dijo, fue parte de un proyecto de urbanización integral, demostró que el crecimiento de una ciudad no descansa y no se recluye en confinamiento por la existencia de una pandemia. La ciudad crece como un organismo vivo mientras nos aislamos. Con la rapidez del capitalismo acelerado actual, la ciudad se transforma y cambia de aspecto constantemente. Analizar y estudiar el Mercado Norte es dar cuenta de estas transformaciones, sin perder de vista su horizonte: una ciudad espectáculo, donde la lógica del turista o visitante se aplica tanto para habitantes como para otros sujetos e interviene tanto desde lo material como desde lo simbólico en la configuración de nuestras experiencias como sujetos sociales. Así, hoy la noción de “revalorizar” ocupa el lugar de aquel motor que fue el progreso, pero con sus propias particularidades. Basado en el emprendedurismo, embellecimiento, sustentabilidad, los procesos de embellecimiento y las transformaciones sobre el Mercado Norte dejan en evidencia que, en la búsqueda de fomentar usos y habitares de un espacio muchos sentidos, sentires y experiencias quedan fuera.

Referencias Bibliográficas

- Benjamin, W. Iluminaciones I. España: Taurus, 1972.
- Boito, María Eugenia. (2020). CIUDAD-COMUNICACIÓN-CULTURA Hacia una perspectiva transdisciplinaria. *Perspectivas de la comunicación*,13(2),43-72. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-48672020000200043>
- Boito, E y Espoz, B. (2014). *Urbanismo Estratégico y Separación Clasista. Instantáneas de la ciudad en conflicto*. Puño y Letra Editorialismo de Base.
- De Certeau, M. (1999). *La invención de lo cotidiano II. Habitar. Cocinar México: ITESO, 2000.*
- Debord, G. (1967). *La sociedad del espectáculo*. Texto íntegro en castellano de *La société du spectacle*, Champ Libre, 1967, traducción de Mal de ojo para el Archivo Situacionista Hispano (1998).
- García Canclini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo, México.
- Gonzalez, S and Dawson, G (2015) *Traditional Markets under threat: why it's happening and what traders and customers can do*. Report. Sara Gonzalez and Gloria Dawson, Leeds.
- González, S. (2018). *La gourmetización de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales*. En: J. Sbicca, S. González, J., G. Ramos y R. Espelt. (Coord.), *Gentrificación, privilegios e injusticia alimentaria*, pp.13-25 Madrid, España: Fuhem.
- Harvey, D. (2008) *El derecho a la ciudad*.
- Martín-Barbero, J. (2015). *¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy?* *Revista Chasqui*, 128, sección Tribuna, marzo de 2015, pp. 6-21.
- Medina, J.A, Hernández-Cordero A, Lagos S., Rangel-Trujillo F (2019) *Gentrificación y alimentación en Santa María La Ribera*. Publicada en *Estudios Sociales Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, Volumen 30, Número 55. Enero - junio 2020. *Revista Electrónica*. ISSN: 2395-9169
- Medina F. y Álvarez M. (2009) *El lugar por donde pasa la vida... Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires*. *Estudios del hombre*, 2009 - 148.202.18.157.
- Ortiz M, Zanini G. (2021), "Mercado Norte: la producción social y simbólica del espacio como forma de entender la relación comunicación/ciudad".
- Stang, José Ignacio; *El urbanismo como nueva disciplina en Argentina visto desde el especialista Benito J. Carrasco a través del Plan Regulador y de Extensión para la ciudad de Córdoba, 1927*; Universidad Nacional del Nordeste; *Cuaderno Urbano*; 23; 23; 11-2017; 169-197